

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

1. Konsep Bisnis

Chibi Holiday mengangkat konsep *low cost travel agent*, yang fokus untuk menjawab kebutuhan wisatawan terutamanya *backpackers* yang memiliki dana terbatas tetapi ingin menjalankan kegiatan wisata Jawa-Bali dengan tujuan wisata yang beragam.

Chibi Holiday merasa perlu menjalankan bisnis penyelenggara perjalanan wisata berbiaya terjangkau untuk menjawab permintaan pasar masyarakat Indonesia yang ingin berlibur tanpa cemas biaya perjalanannya, karena harga yang dijual meski terjangkau tetapi perusahaan menjamin harga yang dibeli konsumen akan menjawab segala kebutuhannya.

Untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada, Chibi Holiday hadir untuk menjawab permasalahan penyelenggaraan perjalanan wisata berbiaya terjangkau, khususnya di kota Semarang, dikarenakan pasar perjalanan wisata di kota Semarang yang menjual perjalanan wisata berbiaya terjangkau untuk para *backpackers* masih terbatas jumlahnya. Kalaupun ada, penyelenggaraan perjalanan wisata berbiaya terjangkau masih terbatas objek wisatanya dikarenakan wawasan orang akan wisata Jawa-Bali masih terbatas. Chibi Holiday akan melakukan penyelenggaraan perjalanan wisata berbiaya terjangkau Jawa-Bali dengan paket wisata dengan objek yang beragam dan menarik.

Bagi konsumen, Chibi Holiday hadir untuk menjawab permintaan pasar akan kebutuhan wisatawan *backpackers* dimana mereka memiliki konsep berlibur mencari kesenangan sepuasnya tanpa mengharapkan kesempurnaan optimal akan akomodasi dan transportasi, namun selama ini karakteristik *backpackers* Indonesia masih memiliki wawasan pariwisata yang terbatas dan kurang memahami cara mengelola perjalanannya secara efisien. Maka itu, Chibi Holiday akan membantu konsumen merencanakan paket perjalanan berbiaya terjangkau yang memiliki itinerary yang efisien dalam waktu agar biaya perjalanan tidak habis hanya untuk akomodasi dan transportasi saja.

Chibi Holiday akan fokus menjual paket wisata berbiaya terjangkau yang merencanakan perjalanan wisata dengan melalui optimalisasi waktu perjalanan wisata yang efisien agar dapat mengunjungi segala objek wisata yang ingin dituju agar biaya perjalanan tak membengkak pada akomodasi dan transportasi saja. Dalam menentukan harga, Chibi Holiday akan menyesuaikan dengan harga pasaran umum dan mematuhi ketentuan yang diatur pemerintah. Chibi Holiday tak mewajibkan *customer* membeli fasilitas perjalanan yang tidak diperlukan olehnya.

Penjualan paket wisata dan tiket akan dilakukan dengan dua cara, yaitu penjualan langsung kepada konsumen di kantor dan di pameran (sebagai event *marketing*), dan juga penjualan *online* dengan media IT melalui *website* dan aplikasi belanja *online*. Promosi menggunakan *social media* dan *website* akan dilakukan untuk meraih pangsa pasar disamping *customer* yang melakukan pembelian langsung tanpa harus mengunjungi kantor penjualan.

Disamping menjual paket perjalanan berbiaya terjangkau Jawa-Bali, Chibi Holiday juga menjalankan jasa penjualan tiket pesawat, kereta api, bus malam, travel, dan karcis objek wisata Jawa-Bali bagi mereka yang ingin berlibur di luar paket perjalanan yang disediakan Chibi Holiday, seperti mudik atau berlibur membawa mobil sendiri.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Chibi Holiday akan fokus melakukan pemasaran dan penjualan produk secara langsung di lapangan bagi masyarakat kota Semarang dan juga pemasaran dan penjualan produk secara online menggunakan teknologi informasi agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat domestik dan internasional. Pangsa pasar Chibi Holiday adalah masyarakat menengah yang berusia 18 – 30 tahun dengan daya beli yang setara dengan UMR kota Semarang (\pm USD 235). Produk Chibi Holiday adalah paket perjalanan wisata berbiaya terjangkau Jawa-Bali. Agar dapat meraih pangsa pasar yang dinamis, Chibi Holiday akan melakukan modifikasi produk dimana produknya dikembangkan dengan kegiatan pariwisata yang beragam. Harga produk yang ditetapkan perusahaan dirancang terjangkau namun tidak mengabaikan peraturan pemerintah dan tidak mengurangi kualitas perusahaan. Chibi Holiday juga akan melakukan kerja sama kemitraan dan kontrak kerja sama dengan operator jasa pariwisata (akomodasi, transportasi, dan objek wisata) agar dapat melayani konsumen secara optimal. Selain itu kontrak dapat menekan biaya produksi dimana strategi penetapan harga dilakukan secara sinergis bersama dengan operator akomodasi, transportasi, dan objek wisata yang melakukan kontrak kerja sama. Metode yang digunakan adalah *cost plus pricing* yang menetapkan margin yang diinginkan perusahaan lebih rendah dari pesaing.

3. Aspek teknis dan operasi

Chibi Holiday akan memiliki kantor administrasi dan penjualan yang nyaman, untuk meningkatkan produktivitas kerja. Kendaraan operasional perusahaan akan diadakan sesuai standar yang diperlukan untuk perjalanan wisata berskala kecil. Chibi Holiday akan menerapkan kebijakan perusahaan yang disiplin bagi SDM dan konsumennya, agar segala

proses produksi jasa perjalanan bisa terlaksana dengan baik dan kendala yang ada di lapangan bisa diatasi dengan risiko yang minim.

Untuk menekan biaya operasi, Chibi Holiday perlu mengadakan kontrak kemitraan dengan penyedia jasa wisata mitra perusahaan seperti penginapan, objek wisata, dan penyedia jasa transportasi melalui cara pembagian komisi dan sistem kerja yang baik.

4. Aspek MSDM

Chibi Holiday akan memiliki SDM yang handal dan bermutu dalam menangani segala kebutuhan konsumen untuk dapat meraih misi perusahaannya untuk menjadi *market-leader* penyelenggara perjalanan berbiaya terjangkau di Indonesia. Rekrutmen disesuaikan dengan kebutuhan operasional perusahaan sehingga didapatkan SDM yang handal untuk menjalankan tugas sesuai job descriptionnya. Chibi Holiday akan melakukan pelatihan SDM di bidang pariwisata dan di bidang IT agar dapat melakukan pemasaran serta penjualan sekaligus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Untuk kesejahteraan SDM, perusahaan akan memberikan gaji sesuai UMR Jawa Tengah (\pm USD 235), dan juga THR, tunjangan pendidikan, BPJS, santunan kesehatan. Komisi akan diberikan bilamana SDM mampu menjual produk di atas target yang ditentukan dan melayani konsumen dengan baik.

5. Aspek Hukum

Chibi Holiday akan melengkapi segala perijinan perusahaan perjalanan wisata yang telah disyaratkan oleh undang-undang dan peraturan pemerintah yang berlaku. Karena legalitas perusahaan sangat bermanfaat untuk mengurus kepentingan di luar perusahaan, baik dalam rangka meningkatkan pangsa pasar maupun menyusun rencana bisnis berikutnya.

6. Aspek Sosial-Ekonomi

Chibi Holiday akan mendatangkan devisa bagi NKRI melalui pajak perusahaan yang disetorkan ke kas negara. Chibi Holiday juga akan membawa kesejahteraan bagi masyarakat karena selain meningkatkan lapangan kerja, produk yang dijualnya akan membuat masyarakat senang menambah wawasan tentang pariwisata Indonesia. Kemitraan dengan penyedia perjalanan berbiaya terjangkau yang lain sekaligus kontrak kerja sama dengan operator pariwisata lain (transportasi, akomodasi, dan objek wisata) dilakukan oleh perusahaan agar dapat mengetahui kondisi pasar pariwisata terkini supaya bisa menyusun strategi bisnis yang bagus untuk meraih pangsa pasar.

7. Aspek Keuangan

Dalam perencanaan Investasi, Chibi Holiday akan menentukan kebutuhan dana sesuai dengan pasar pariwisata berbiaya terjangkau yang sedang terjadi di lapangan dan juga akan mengoptimalkan dana yang diperlukan untuk investasi supaya terhindar dari *over-budgeting* untuk kepentingan yang belum jelas tujuannya. Selain itu, Chibi Holiday juga telah melakukan analisis sensitivitas untuk mengetahui kesehatan keuangan perusahaan dalam posisi optimis, moderat, dan pesimis agar dapat mengambil kebijakan investasi yang aman bagi perusahaan.

5.2. SARAN

1. Aspek Marketing

- a. Chibi Holiday perlu melakukan pemasaran kreatif, yaitu dengan cara meraih pasar yang bukan konsumen utamanya agar dapat merebut konsumen pesaing.
- b. Chibi Holiday wajib melakukan promosi dan penjualan produk dengan media teknologi informasi dimana metode promosi dilakukan melalui *website* dan media sosial, serta penjualan *online* dilakukan melalui *website* dan aplikasi jual-beli online seperti *Tokopedia*, *Line Shopping*, *Bukalapak*. Promosi dan penjualan online dilakukan agar Chibi Holiday bisa meraih pasar yang tidak melakukan pembelian langsung.
- c. Metode promosi langsung di lapangan yang dilakukan Chibi Holiday adalah promosi media massa (koran, TV, radio, majalah pariwisata). Di samping itu, kegiatan pameran dan pekan promosi pariwisata akan diikuti agar dapat memonitor prospek pariwisata berbiaya terjangkau dan mempererat kerja sama dengan pelaku usaha wisata Jawa - Bali.
- d. Chibi Holiday perlu melakukan kontrak kerjasama dengan pelaku usaha wisata (akomodasi, transportasi, dan pengelola objek wisata), agar tercipta sinergi yang baik dari perusahaan penyelenggara perjalanan dan para pelaku usaha wisata supaya dapat melayani konsumen dengan optimal. Kontrak juga dilakukan untuk menekan biaya operasi melalui pembagian komisi dan sistem kerja yang baik.
- e. Chibi Holiday akan melakukan sistem pembayaran dengan tanda jadi / down payment bagi pembeli besar dari kalangan perusahaan atau bus pariwisata yang telah bekerja

sama dengan perusahaan. Pelunasan dapat dilakukan satu bulan setelah melunasi tanda jadi untuk mengadakan kegiatan perjalanan wisata.

- f. Chibi Holiday akan memanfaatkan peluang dalam pasar pariwisata berbiaya terjangkau dengan memasang harga yang lebih terjangkau namun dengan tetap mematuhi ketentuan yang diatur pemerintah dan tidak mengurangi kualitas produknya. Strategi penetapan harga dilakukan secara sinergis bersama dengan operator akomodasi, transportasi, dan objek wisata yang melakukan kontrak kerja sama. Metode yang digunakan adalah *cost plus pricing* yang menetapkan margin yang diinginkan perusahaan lebih rendah dari pesaing.
- g. Chibi Holiday akan merancang produk jasa yang berkualitas, bahkan mungkin berbeda dengan produk yang ditawarkan jasa penyelenggara wisata lain, agar dapat menarik kalangan pasar yang fokus ingin berlibur dengan biaya terjangkau. Segmen pasar Chibi Holiday adalah kalangan *backpackers*, dengan mayoritas berada di rentang usia 18 – 30 tahun dengan profesi sebagai mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta industri kecil.
- h. Chibi Holiday akan melakukan modifikasi produk, dimana produk perjalanan berbiaya terjangkau yang sudah ada perlu dikembangkan dengan kegiatan pariwisata yang beragam agar dapat menjawab kebutuhan konsumen yang menginginkan keberagaman paket wisata. Hal ini diperlukan untuk menjawab tantangan pasar pariwisata yang cenderung dinamis.

2. Aspek Teknis – Operasi

Untuk mengoptimalkan produktivitas kerja agar dapat menjawab kebutuhan konsumen, Chibi Holiday akan melakukan hal berikut :

- a. Untuk dapat melayani konsumen dengan baik, *layout* kantor penjualan akan didesign dengan optimal. Kantor akan dilengkapi AC, Wi-Fi, dan penjualan snack dan soft-drink. Selain itu, fasilitas parkir untuk mobil dan motor telah tersedia dalam jumlah yang cukup sehingga tidak memacetkan jalan besar. Perusahaan akan menempati jalan yang luas sehingga memungkinkan penjemputan wisatawan dengan memakai bus besar dan kecil.
- b. Chibi Holiday akan menerapkan kebijakan perusahaan yang disiplin bagi SDM dan konsumennya, agar segala proses produksi jasa perjalanan bisa terlaksana dengan baik dan kendala yang ada di lapangan bisa diatasi dengan risiko yang minim.
- c. Untuk menekan biaya operasi, Chibi Holiday perlu mengadakan kontrak kemitraan dengan penyedia jasa wisata mitra perusahaan seperti penginapan, objek wisata, dan penyedia jasa transportasi melalui cara pembagian komisi dan sistem kerja yang baik.

3. Aspek MSDM

Chibi Holiday harus mendayagunakan sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan untuk dapat menjawab kebutuhan pasar konsumen dalam rangka meraih pasar pariwisata berbiaya terjangkau untuk wilayah Jawa-Bali.

a. Metode rekrutmen

Pelaksanaan rekrutmen disesuaikan dengan kebutuhan operasional perusahaan sehingga didapatkan SDM yang handal untuk menjalankan tugas sesuai job descriptionnya.

b. Pembinaan SDM

Chibi Holiday akan melakukan pembinaan SDM secara intensif untuk mewujudkan terpenuhinya SOP (*standard operating procedure*) agar dapat memberikan pelayanan yang baik supaya bisa menjawab kebutuhan konsumen dalam menghadapi tantangan pasar pariwisata berbiaya terjangkau yang cenderung dinamis dengan strategi sebagai berikut :

- 1) Chibi Holiday akan melakukan pembinaan SDM sesuai pada bidang tugasnya, dan akan mengikuti pelatihan yang terkait dalam bisnis pariwisata dan metode pemasaran kreatif dengan perangkat IT agar dapat memasarkan dan menjual produknya dengan media teknologi informasi. Selain itu, pelatihan *leadership* dan keahlian kerja akan terus dilakukan intensif, agar semua SDM mampu melayani konsumen dengan cermat dan memuaskan.
- 2) Untuk meningkatkan produktivitas SDM dalam bekerja, Chibi Holiday akan menciptakan kesejahteraan SDM, dengan memberikan gaji di atas UMR, BPJS, THR, tunjangan pendidikan, dan komisi bagi SDM yang mampu menjual produk di atas target dan melayani konsumen secara unggul.

4. **Aspek hukum**

Chibi Holiday akan melengkapi segala perijinan pendirian perusahaan dan mematuhi ketentuan hukum di lapangan sesuai standar yang telah ditetapkan departemen Pariwisata dan pemerintah daerah. Legalitas perusahaan juga bermanfaat untuk menjalin silaturahmi dengan segala pihak manapun, baik dalam rangka pengembangan bisnis perusahaan maupun untuk mengatasi kendala bisnis yang timbul di lapangan dalam menghadapi pasar pariwisata yang dinamik.

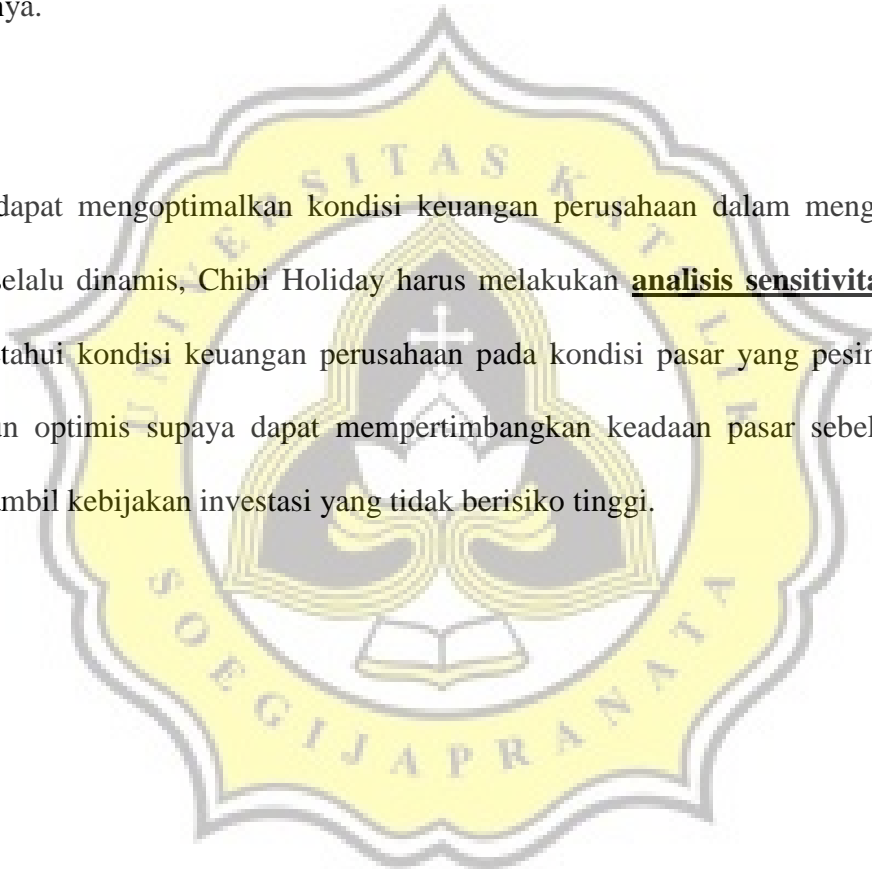
5. **Aspek sosial – ekonomi**

- a) Chibi Holiday akan melakukan promosi melalui media massa dan media sosial agar dapat meraih pangsa pasar yang luas.
- b) Chibi Holiday akan melakukan promosi melalui pameran agar dapat memonitor pasar pariwisata di lapangan sekaligus untuk menarik konsumen.
- c) Chibi Holiday akan melakukan kerja sama dan kemitraan bisnis dengan pelaku usaha wisata (transportasi, akomodasi, dan objek wisata) untuk wilayah Jawa – Bali agar dapat mengetahui kondisi pasar pariwisata terkini supaya bisa menyusun strategi bisnis yang bagus untuk meraih pangsa pasar. Selain itu, kontrak kerja sama dengan penyedia jasa wisata akan dilakukan agar penyedia jasa wisata dan Chibi Holiday bisa bersinergi untuk mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen dengan meminimalkan gangguan di lapangan.

6. Aspek Keuangan

a) Dalam melakukan perencanaan investasi, sebelum dilakukan pengambilan kebijakan bisnis, terlebih dahulu Chibi Holiday akan melakukan **analisis kebutuhan keuangan** perusahaan dengan mengacu pada kajian pasar pariwisata berbiaya terjangkau yang berjalan secara umum dan melakukan **optimasi dana** yang diinvestasikan pada perusahaan, untuk mencegah *over-budgeting* pada kegiatan investasi yang belum jelas risikonya.

b) Agar dapat mengoptimalkan kondisi keuangan perusahaan dalam menghadapi pasar yang selalu dinamis, Chibi Holiday harus melakukan **analisis sensitivitas** agar dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan pada kondisi pasar yang pesimis, moderat, maupun optimis supaya dapat mempertimbangkan keadaan pasar sebelum nantinya mengambil kebijakan investasi yang tidak berisiko tinggi.



7. Saran untuk penelitian berikutnya

1. Bagi penelitian selanjutnya yang akan diadakan, penyusunan *business plan* harus konsisten dengan konsep bisnis yang akan disusun. Untuk dapat konsisten, penyusunan *business plan* wajib memperhatikan segmen, target, dan posisi pasar dengan juga memperhatikan dana yang ditentukan untuk investasi awal.
2. Bila penelitian selanjutnya dilaksanakan pada jangka waktu yang lama setelah penelitian ini dilakukan, perlu diadakan evaluasi untuk menilai apakah konsep bisnis yang dilakukan dalam penelitian ini masih bisa menjawab permintaan pasar dan menciptakan kondisi keuangan yang optimal, bila masih cocok, maka bisnis bisa dilanjutkan dengan mapan, namun apabila belum, konsep bisnis perlu dilakukan penyesuaian pada saat penelitian selanjutnya dilaksanakan.

Hal ini perlu diperhatikan karena *trend* pasar pariwisata, terutama yang dilaksanakan dengan konsep bisnis berbiaya terjangkau memiliki perilaku konsumen yang berubah seiring kemajuan IPTEK dimana itu berdampak pada *lifestyle* wisatawan secara umum.